

TELEPON - PEMASARAN

ANALISIS FAKTOR PRIBADI KONSUMEN, LINGKUNGAN

**ANALISIS FAKTOR PRIBADI KONSUMEN, LINGKUNGAN
DAN STIMULI PEMASARAN DALAM TINDAKAN
PEMAKAIAN TELEPON SELULER SPESIALIS GSM
STUDI KASUS PADA PT. SATELINDO GSM - SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



KK
B 1178/98
H/A
A

DIAJUKAN OLEH :

KUNCORO HADIYANTO

No. Pokok : 049113702

**Kepada
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1998**

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR PRIBADI KONSUMEN, LINGKUNGAN
DAN STIMULI PEMASARAN DALAM TINDAKAN
PEMAKAIAN TELEPON SELULER SPESIALIS GSM
STUDI KASUS PADA PT. SATELINDO GSM - SURABAYA

DIAJUKAN OLEH
KUNCORO HADIYANTO
No Pokok : 049113702

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



PROF. V. HENKY SUPIT, SE, AK.

Tanggal.....

KETUA JURUSAN



DR. AMIRUDIN UMAR, SE.

Tanggal.....

ABSTRAKSI

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat, serta pendapatan yang mulai terangkat, secara otomatis akan meningkatkan daya beli (Buying Power) masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan barang maupun jasa. Keadaan ini menyebabkan munculnya kelas menengah sebagai lokomotif pembangunan ekonomi dalam struktur ekonomi nasional. Yang pada gilirannya akan membawa dampak pada pergeseran pola pikir, gaya hidup, serta tingkat konsumsi dari masyarakat tradisional menuju masyarakat modernis yang sarat dengan berbagai aktivitas dan mobilitas yang begitu tinggi.

Atas dasar permintaan pasar dan pola perilaku masyarakat, serta keterbatasan yang dimiliki oleh telepon dengan sistem kabel dan didorong oleh kemajuan teknologi di berbagai sektor kehidupan. Kita ketahui bersama di negara manapun, telekomunikasi mendorong timbulnya nilai tambah suatu bangsa. Maka kehadiran telepon seluler (handphone) tidak bisa terelakkan lagi, dan kecenderungan ini telah dialami oleh industri telekomunikasi di tanah air. Sehingga terjadi persaingan yang begitu kompetitif dengan berbagai jurus dan strategi pemasaran dalam merebut pangsa pasar antara perusahaan telekomunikasi. Adalah tugas pemasar dalam membuat suatu perencanaan pemasaran dalam mempelajari pola perilaku konsumen maupun strategi pemasaran.

Dalam penulisan skripsi inilah penulis mencoba untuk mempelajari pola perilaku pemakai telepon seluler terutama yang berteknologi GSM. Hal ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebanyak 200, dan yang kembali sebanyak 124 responden. Metode penarikan sampel adalah non random purposif sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah uji statistik regresi linier berganda dengan bantuan program regression SPSS, dalam rangka untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan (pengaruh) antara faktor pribadi konsumen, lingkungan dan stimuli pemasaran dalam tindakan pemakaian telepon seluler spesialis GSM, studi kasus pada PT SATELINDO GSM di Surabaya.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa semua faktor tersebut berpengaruh secara signifikan. Dari semua faktor tersebut ternyata faktor pribadi konsumen mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap tindakan pemakaian telepon seluler spesialis GSM. Dan mempunyai koefisien determinasi (R^2) dan koefisien korelasi (R) terbesar dibanding faktor-faktor lainnya. Kemudian informasi ini dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sudah ada, sehingga diharapkan dapat memberikan masukan guna meningkatkan pangsa pasar pengguna telepon seluler spesialis GSM dimasa yang akan datang.